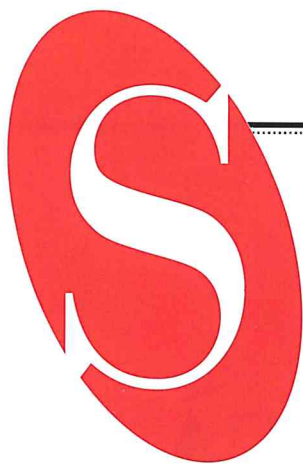
Nuova Serie

Anno XIV N. 1
Agosto 1996

Sped. A.P. comma 34 art. 2 legge 549/95 postale
Aut. Poste Italiane E.P.E. Filiale di Udine

a cura dell'ERSA - Ente Regionale per la Promozione e lo Sviluppo dell'Agricoltura

IN FESTA

OMMARIO

Pubblicazione
a cura dell'ERSA -
Ente Regionale per la Promozione
e lo Sviluppo dell'Agricoltura
del Friuli-Venezia Giulia.

Presidente: Franco Frilli
Direttore: Pierluigi Nassimbeni

Direzione e redazione:
33100 UDINE
via Poscolle, 6 - «Casa del Vino»
Telefoni: 0432/297068/509394/506097
Fax: 0432/510180

Direttore responsabile: Piero Pittaro

Direttore editoriale: Andrea Cecchini

Coordinamento: Michele Popolani

Consulenza redazionale:
Eugenio Segalla, Giulio Cesare Testa

Collaborazione: Maria Pia Bonessi

Il comitato di redazione
è composto da Franco Frilli,
Gianni Bignucolo, un rappresentante
dei produttori viticoli, uno dei produttori
ittici, e un rappresentante per ciascuno
dei seguenti Consorzi:
Consorzio del Prosciutto di S. Daniele
Consorzio tutela del Formaggio Montasio
Consorzio tutela del Marchio Gubana
Consorzio tutela della Grappa Friulana.

Progetto grafico: Ferruccio Montanari
Impaginazione: Giovanna Bianchi

Fotografie e illustrazioni:
Archivio ERSA
Archivio Giovanni Prolongo, pg. 8, 11-13
Foto Ennio Calice, pg. 4- 5
Ezio Gallino, pg. 6, 10-12, 16, 23
Sandro Paderni, pg. 7
Foto Zannini, pg. 18-20
Illustrazione di copertina e pg. 3
Giovanna Bianchi.

Stampa e confezione:
Arti Grafiche Friulane

«Un Vigneto chiamato Friuli»
Nuova serie anno XIV n. 1.
Autorizzazione del Tribunale
di Udine n. 20 dell'11 giugno 1983
Sped. in A.P. comma 34 art. 2 legge
549/95 poste italiane EPE filiale di
Udine - Pubblicità inferiore 40%
Chiuso in tipografia nel luglio 1996.

L'EDITORIALE

L'INTERVISTA

FRIULI IN FESTA

100% FRIULI

C'ERA UNA VOLTA LA PUBBLICITÀ...

SUA MAESTÀ IL CONSUMATORE

Henry Ford, il fondatore dell'industria automobilistica, soleva ripetere convinto: "Se mi rimanesse un ultimo dollaro, lo spenderei in pubblicità". E come lui la pensavano molti altri manager d'oltreoceano. A quei tempi, tuttavia, la pubblicità era cosa rara, riservata a pochi prodotti, e generalmente ben accetta. Oggi al contrario siamo tartassati, bombardati, condizionati, talvolta plagiati dalla pubblicità, al punto d'incorrere nella crisi di rigetto.

Eppure senza pubblicità è difficile vendere un prodotto, in quanto è impossibile farlo conoscere.

Ci sono aziende che investono in pubblicità cifre enormi, talvolta superiori al costo di produzione del prodotto, perchè un calo di pubblicità significa un corrispondente calo delle vendite.

Il lavaggio del cervello ci minaccia nelle forme più diverse e impensate: pubblicità tabellare, articoli redazionali, spot televisivi, messaggi radiofonici, cartellonistica in tutte le salse, sistemi porta a porta e via elencando. Il messaggio, stringi stringi è sempre lo stesso: bontà del prodotto e convenienza del prezzo.

Ripararsi da questo bombardamento a tappeto è veramente impresa ardua. Anzi, la gran massa della gente finisce con l'acquistare appunto ciò che il messaggio promozionale ha inserito nel suo cervello.

È triste constatarlo, ma è proprio così. Ed è piuttosto difficile uscire da questo sistema, perfettamente studiato, pianificato, sicuro nei risultati, in quanto l'esca attrae sempre il pesciolino ingenuo.

Nel campo alimentare, al quale ci riferiamo in questo fondo, esistono molti prodotti che rientrano in questa logica. Normalmente sono prodotti di modesta levatura e di grande consumo. Prodotti elaborati, conservati in scatole, lattine o bustine di vario genere. Prodotti a lunga durata e a basso costo. Vedasi il vasto gruppo delle bibite prodotte con essenze artificiali, sia pure perfettamente legali, oppure la marea di confezioni sigillate pronte all'uso, per bambini o adulti bambini.

Un esempio? le patate che diventano spugnose come il polistirolo espanso.

L'elenco sarebbe enorme, ma contiamo di aver reso il concetto.

Questi prodotti, se non sostenuti dalla pubblicità, morirebbero di morte naturale.

C'è poi la grande fascia dei prodotti di medio costo, e anche di media qualità, quali gli alimentari per l'uso quotidiano. Quei prodotti che hanno discreti requisiti organolettici e prezzi accettabili per la massaia o il pensionato, la moglie dell'impiegato o dell'operaio.

In questo caso la pubblicità ha minor influenza, sia pur mantenendo un ruolo importante. Se vogliamo riferirci ai prodotti più comuni compresi in quest'area, possiamo citare i vini di massa, i formaggi a largo consumo, i prosciutti senza nome, i distillati da battaglia e via dicendo.

Ma il destinatario del nostro fondo – perché anche questo editoriale è un messaggio promozionale, sia pure impostato su un ragionamento logico – è il consumatore d'élite.

Con questo non ci riferiamo alle persone danarose che si limitano ai prodotti più esclusivi o "di nicchia". Non è il nostro caso.

Sua maestà il consumatore è invece colui il quale ragiona, vede, sceglie, prova, ma soprattutto diffida, non si lascia condizionare, non ci sta al lavaggio del cervello.

Usare il cervello può sembrare un'impresa faticosa. Ma una volta avviata aiuta a muoversi anche sul fronte dei consumi.

Questi nostri consumatori, acquisiti o potenziali, sono i veri destinatari dei messaggi promozionali di qualità, di quella vera, autentica, sicura.

La filosofia? Semplice! Portare il consumatore a "vedere" come nasce un prodotto. Accoglierlo nei luoghi di produzione, e informarlo su come nasce il "Prosciutto di San Daniele", come viene lavorato, conservato, stagionato, confezionato per la vendita, consumato.

"Senza trucco e senza inganno!" strillavano i burloni mangiatori di fuoco sulle piazze. Senza trucco e senza inganno dobbiamo invece comportarci noi, mostrando al pubblico i nostri segreti, ossia quelli che non sono proprio segreti, ma soltanto aspetti meno noti di una tradizione, fatta però di capacità, intelligenza, serietà, professionalità, rispetto e stima totale del futuro acquirente.

Sono nate così le idee di ARIA DI FESTA, la kermesse del prosciutto di San Daniele, SAPORE DI MONTASIO per quanto riguarda il solo grande formaggio friulano, e FRIULI DOC, rivolta elettivamente al vino, e in generale agli altri prodotti agroalimentari della regione.

A San Daniele, per questa festa agostana di enorme successo, arriva in pochi giorni circa mezzo milione di persone. Visitano i prosciuttifici, degustano il prosciutto nella sua massima espressione qualitativa, annaffiandolo con eccellenti calici di vino o con qualche fresco boccale di birra.

È un appuntamento fisso quello di S. Daniele, che i fans annotano nell'agenda un anno per l'altro. Non mancano mai all'invito. Sono giornate di relax, di allegria, di amicizia, ma soprattutto di conoscenza con la prova diretta di ciò che si consumerà durante tutto l'anno, senza lavaggi di cervello indotti dai media.

Ecco, con un po' di ambizione noi riteniamo che questo possa risultare il messaggio più centrato, semplice e intelligente, ma soprattutto il più leale.

"Vieni a casa mia, a vedere e provare ciò che ti piace".

Se anche a me restassero le ultime mille lire, è proprio così che le vorrei spendere!

ALLEANZA PER LA QUALITÀ

INSIEME PER I PRODOTTI 100% FRIULI

Promuovere. Da tre anni a questa parte è la parola d'ordine dell'ERSA, l'ente regionale che accanto allo sviluppo ha appunto come compito statutario la promozione dell'agroalimentare del Friuli-Venezia Giulia. Un impegno che, procedendo di pari passo con quello per migliorare la qualità delle produzioni, vede il settore pubblico e il privato impegnati sullo stesso fronte.

Il professor Franco Frilli, docente di difesa degli alimenti dagli animali infestanti alla facoltà di agraria dell'Università di Udine, e da tre anni alla guida dell'ERSA, non ha dubbi sulla validità della strada imboccata.

● *"Il 1995 è stato il momento di lancio della campagna 100% FRIULI, un'iniziativa concordata e accuratamente preparata con i Consorzi del Prosciutto di San Daniele e del Formaggio Montasio per presentare in un pacchetto unico – soprattutto sullo scenario italiano ed europeo – quelli che consideriamo i fiori all'occhiello della nostra agricoltura e dei suoi prodotti trasformati: prodotti DOC, nei quali tradizione, cultura, tecnica, ricerca della qualità hanno raggiunto specificità e livelli riconosciuti formalmente anche dall'Unione Europea".*

E dall'Europa sbarcare in America è stata una logica conseguenza...

● *"Si è voluto portare anche oltreoceano – Stati Uniti e Canada – questa presenza, avvalendoci della collaborazione di friulani e giuliani radicati in quei paesi, e con un coinvolgimento organizzativo che abbiamo fondato anche su altri importanti elementi, quello culturale innanzitutto. Consapevoli, direi, dell'importanza di legare l'immagine di questa regione a una idea complessiva, proprio perché certi traguardi sono anche frutto ed espressione di una determinata cultura".*

Bilanci, affari in cifre... c'è già qualche riscontro economico quantificato?

● *"Disegnare il contorno del riscontro economico di tale operazione promozionale non è ancora possibile: troppo pochi e ancora troppo vicini i mesi di riferimento. Nessun economista si sbilancerebbe. Ma ciò che è importante sottolineare è proprio la novità di un'ideazione e di una gestione combinate tra ente pubblico e imprenditoria privata. È un segno dei tempi che dimostra come stia tramontando – finalmente e necessariamente – l'idea dell'intervento pubblico totalizzante, per lasciare spazio a quella di una collaborazione che può offrire ben maggiori chances...*

Non dimentichiamo poi che l'ERSA – sposando la proposta dei due consorzi – ha anche assunto il compito di promuovere le produzioni enologiche di tutto il Friuli-Venezia Giulia, unificando gli sforzi che ogni Consorzio DOC avrebbe dovuto sostenere da solo".

Un'intesa perfetta dunque con chi produce, ma anche con la Regione...

● *"L'ERSA è, come si suol dire, il braccio operativo della Regione nel settore agricolo inteso nel suo complesso. L'attività svolta in campo promozionale in questi ultimi mesi ha evidenziato lo stretto legame fra le linee di indirizzo espresse dall'assessore regionale all'agricoltura e l'azione dell'ente, un legame che si sta sempre meglio consolidando proprio grazie a una chiarita distinzione fra il momento politico delle scelte e la fase operativa.*

Il fatto che l'assessore regionale all'agricoltura Beppino Zoppolato abbia partecipato in questi ultimi mesi alle principali iniziative promozionali gestite dall'ERSA, è la miglior conferma della perfetta sintonia raggiunta.

In quest'ottica è inoltre auspicabile che i mezzi messi dalla Regione a disposizione dell'ERSA per promuovere l'agroalimentare possano consentire un ampliamento delle iniziative".

Il rapporto con la Regione, come istituzione d'indirizzo, va però anche al di là del comparto agricolo...

● *"L'esperienza di rapporto avviata l'anno scorso fra l'ERSA, l'assessorato alla cultura e l'Università del Friuli-Venezia Giulia, ha impresso una svolta incisiva anche al concetto di promozione.*
Promuovere, infatti, non significa semplicemente dire al consumatore "guarda quanto è buono il mio prodotto". Occorre invece mettere in campo tutte le componenti del sistema, utilizzando competenze diverse e suonando con tutte le corde della chitarra.
Ad esempio, il convegno organizzato l'anno scorso dall'ERSA insieme all'Università di Udine sulle "Cucine della Memoria", quello sull'agriturismo e quello che si terrà quest'anno sui componenti del vino, anche nell'ottica della salute dell'uomo, ribadiscono l'importanza di un approccio complessivo alla storia e all'esperienza umana che stanno a monte di un determinato risultato.
Tradizione alimentare, dunque, anche come trascrizione di una cultura popolare.
Nella formula adottata per la presentazione in Canada della mostra dedicata a Pasolini o per manifestazioni culturali come il Mittelfest, si ritrova questa idea di fondo: i prodotti di oggi vanno inseriti anche nella vita descritta e cantata di un popolo".

Verrebbe da dire "palato, cervello, cuore" per un imprinting più difficile da dimenticare...

● *"Aiutare l'interlocutore a gustare le cose buone è sempre una buona premessa..."*

Vino, prosciutto, formaggio: i magnifici tre però non viaggiano da soli...

● *"È tempo di trovare il modo di coinvolgere maggiormente nell'operazione d'immagine anche gli altri prodotti di qualità del nostro agroalimentare: grappe, trote affumicate e variamente trattate, gubane e altri dolci tipici, mieli, asparagi bianchi e frutta sono un "contorno" sempre più consistente. E siccome l'unione fa la forza, stiamo cercando di stimolare i produttori dei diversi settori a mettersi insieme. Anche saper collaborare è una strategia importante sul mercato..."*

Nove anni di rettorato all'Università di Udine è stato un po' come fare il manager prima ancora che l'uomo di scienza. Insegnare poi alla facoltà di Agraria, come continua a fare, è un modo per sviluppare un particolare approccio nel rapporto con il territorio.
Da queste esperienze qual è il contributo maggiore che ha ricavato per il suo incarico alla presidenza dell'ERSA, e viceversa?

● *"L'esperienza gestionale nell'Università mi ha certamente aiutato a orientarmi verso la comprensione della globalità dei problemi. Un approccio necessario anche quando si parla di "promuovere" in modo efficace. È per questo che ritengo la promozione settoriale estranea ai compiti dell'Ente pubblico.*
D'altro canto posso dire che l'esperienza all'ERSA mi ha aiutato a sviluppare la sensibilità nei confronti delle problematiche generali del mondo agricolo; questo significa inoltre accogliere in ambito universitario una sollecitazione che viene dal territorio, riguardo alla necessità che scienza e sperimentazione non si esimano dal rispondere alle esigenze della comunità in cui una struttura scientifica si trova ad operare.
Il legame con la regione, in sostanza, dovrebbe orientare non poche delle ricerche scientifiche che vengono impostate. Faccio un esempio concreto di come si può tradurre in pratica questa tesi: da alcuni mesi un comitato misto ERSA-Università sta lavorando su alcune tematiche che saranno oggetto di collaborazione scientifico-sperimentale fra i due enti, e di alcune iniziative culturali e pratiche per il mondo agricolo locale".

Nessuna anticipazione...

● *"La qualità. Questo è il tema da calare nelle diverse filiere produttive. Come vede, è perfettamente complementare anche alla promozione"* ●

SAN DANIELE E IL "SUO" PROSCIUTTO UN'EMOZIONE MOLTIPLICATA PER DODICI

DAL 23 AL 26 AGOSTO PROFUMO DI FESTA

Pellegrinaggio per buongustai

Dodicesima edizione in cantiere, e continua a suscitare una grande emozione; soprattutto, uno straordinario impegno organizzativo che ha pochi precedenti in tutta Europa.

La "prima volta" di ARIA DI FESTA risale al 1985: quasi per gioco, il Consorzio del prosciutto decise di riattivare, dopo molti anni di interruzione, una presenza che recuperava la tradizione dell'antica festa del patrono – San Daniele Profeta, nell'ultima domenica di agosto – con il prosciutto "in piazza", così come nel passato i primi produttori si proponevano con i loro banchi e i loro grembiuloni.

Una tradizione autenticamente remota, forse risalente alle grandi fiere che animavano San Daniele fin dall'epoca tardomedioevale, divenute in età più recente "mercati" e poi, conformandosi alle grandi trasformazioni socio-economiche, più semplicemente "sagre".

Nell'ormai lontano 1985, entro uno stand angusto ricavato in un antico palazzotto da ristrutturare dopo il terremoto, una pattuglia di esperti affettò con grande sorpresa ben 160 prosciutti di San Daniele. Era un risultato del tutto inatteso, che fece riflettere i dirigenti del consorzio sulle autentiche valenze che quell'iniziativa poteva esprimere.

E fu così che il manifesto di ARIA DI FESTA, illustrato per l'occasione da Nadia Pazzaglia con tratto squisito e anticipatore, prese a diventare la bandiera di una delle iniziative più importati del Friuli e, via via, dell'Italia e della stessa Europa.

San Daniele e il manifesto storico di Aria di Festa

Come eravamo: queste immagini ripropongono la tradizione che ARIA DI FESTA ha voluto recuperare, sulla scia della vecchia "sagra del prosciutto", le cui origini si perdono nel tempo.

Il successo della manifestazione crebbe con progressione geometrica, testimoniata dal numero di prosciutti affettati, ogni anno esibito dal consorzio come un profumatissimo albo d'oro di ARIA DI FESTA. L'edizione 1991, tuttavia, dimostrava con chiarezza che le strutture di degustazione, estese fino a invadere tutto il centro storico della cittadina, ormai non bastavano più: troppa, inattesa e graditissima gente.

L'anno dopo, ARIA DI FESTA assumeva così la sua attuale configurazione: il "Parco del Prosciutto", esteso in pianura alle "Aziende Aperte", con vere e proprie feste autonome direttamente presso i prosciuttifici che, per l'occasione, venivano "aperti" a tutti i visitatori.

L'intuizione ha funzionato e funziona tuttora, assieme all'altra idea che l'aveva accompagnata: collegare tutti i diversi punti del "Parco", i parcheggi e il centro storico (questa rimane la meta finale del "pellegrinaggio" attraverso le "cattedrali del prosciutto") con un servizio di "navette" gratuite che aiutano gli ospiti negli spostamenti e risolvono definitivamente il problema logistico delle auto.

Una formula continuamente rivisitata e migliorata, che costituisce l'attuale configurazione vincente di ARIA DI FESTA, e consente gli incredibili risultati degli ultimi anni: per quattro giorni (in totale, poco più di 40 ore di festa) centinaia di migliaia di visitatori animano San Daniele, che in quanto ad abitanti residenti conta su poco più di 7000 anime.

Prosciutti affettati

Anno	Prosciutti
1985	160
1986	230
1987	350
1988	640
1989	1120
1990	1650
1991	2200
1992	3160
1993	4164
1994	4960
1995	5048

I grandi numeri di una piccola città

La dimensione organizzativa della manifestazione è prevalentemente sommersa, ma è enorme. La macchina di ARIA DI FESTA è attivata da quasi 1000 persone: la parte del leone spetta agli "affettatori" e ai banconieri, per circa la metà dell'organico; seguono gli addetti alla viabilità, ai parcheggi, ai collegamenti e alla sicurezza, e poi le hostess, gli autisti delle "navette", gli incaricati della pulizia e del coordinamento.

Le affettatrici che operano ininterrottamente nel "Parco" sono oltre duecento, le "navette" in funzione nelle ore di punta sono una quarantina; i consumi si misurano in centinaia di ettolitri di birra e in decine di migliaia di bottiglie di vino oltre, naturalmente, a centinaia di migliaia di porzioni di prosciutto affettato.

Il prosciutto è il sovrano incontrastato della manifestazione, il filo conduttore, lo scopo essenziale, il motore immobile. Nel 1995 (XI edizione) si è superata la mitica soglia dei 5000 prosciutti affettati: un record ricercato e ottenuto nonostante la scarsa benevolenza di Giove Pluvio, che ha "regalato" ad ARIA DI FESTA due giornate di diluvio, una caldissima di sole e una serata da brividi.

La calata di tedeschi e austriaci

Ma la gente..., la gente! La gente arriva a fiumi, e rimane e si diverte, incurante anche della pioggia torrenziale, anche perché al sicuro sotto i numerosi allestimenti coperti, buoni per il sole e per la pioggia.

Variopinta, internazionale, allegra e soprattutto immensa, la gente completa lo spettacolo e l'autentico "miracolo" di ARIA DI FESTA.

Per intere giornate, e specialmente nel week-end vero e proprio, la città di San Daniele sembra trasferirsi in un Land teutonico, tant'è che tutte le indicazioni sono oramai bilingui e il tedesco figura come seconda "lingua ufficiale" della manifestazione.

Da anni, sono ben oltre centomila i visitatori austriaci e tedeschi che partecipano a quella che è diventata oramai anche la loro "Schinkenfest".

Cominciano, i tedeschi, a chiedere informazioni in febbraio e in marzo: ne parlano i loro giornali e, dopo poco tempo, tutti gli alberghi della zona risultano definitivamente occupati.

Ma l'afflusso internazionale coinvolge sempre di più anche gli altri europei: i francesi ed i belgi sono sempre più numerosi ad ARIA DI FESTA, anche perché provengono dai paesi dove più forte è la presenza commerciale del prosciutto di San Daniele. E gli italiani? Sono sempre più "italiani", nel senso che ad ogni edizione si allunga il percorso che fanno per arrivare ad ARIA DI FESTA, tant'è che i friulani appaiono, nel contesto dei visitatori, una evidente minoranza.

La scoperta di sapori perduti

Il prosciutto. È lui che mette in moto ogni cosa, dalla gente alla festa.

Fa quasi bene al cuore vedere decine di persone in coda paziente ad aspettare il proprio turno per visitare l'interno di un prosciuttificio, sotto la guida di

un “mastro prosciuttaio” che le introduce nell’ombroso mistero dei saloni di stagionatura e spiega loro che, tutto sommato, il grosso del lavoro lo svolgono la natura e l’occhio sapiente dell’uomo.
Le strade, le piazze si riempiono di un profumo intenso e coinvolgente; il colore dominante è il rosa delle fette di prosciutto, degustato ora con fare da intenditore, ora col più sano appetito, ora golosamente, ora semplicemente per stare assieme e far festa.
La gastronomia “esclusiva” di ARIA DI FESTA è il prosciutto di San Daniele, né potrebbe essere altrimenti. Affettato a richiesta e degustato in pochi attimi, il prodotto riesce a esprimere tutta la pienezza del gusto e l’integrità dell’aroma, ed è questo probabilmente il tratto più accattivante. Un ottimo vino friulano poi, o una buona birra tedesca, fanno da corollario al piacere di una degustazione tutto sommato letteralmente irripetibile.

Le immagini d’epoca di questo servizio risalgono agli anni Cinquanta: qui, uno dei produttori ha allestito il chiosco davanti al suo negozio e affetta il prosciutto di San Daniele. Oggi i chioschi si chiamano stands, l’atmosfera è decisamente diversa ma il prosciutto è rimasto sempre lo stesso.

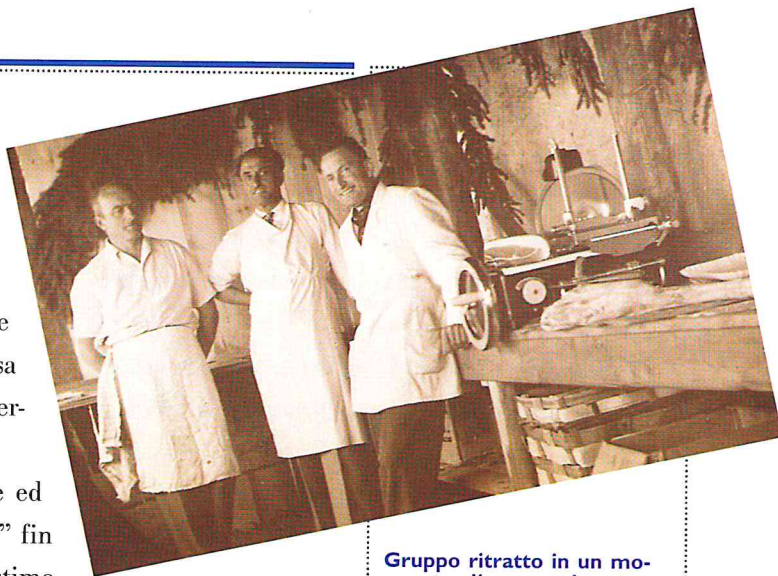
Prima donna senza età

San Daniele costituisce per il visitatore una occasione veramente "ghiotta" per fare quel nuovo tipo di turismo che tempo fa qualcuno ha definito "intelligente".

Nota ovunque per il suo prosciutto, San Daniele è anche città d'arte e di cultura che una rigorosa opera di ricostruzione e di restauro è riuscita persino a valorizzare dopo il terremoto del 1976.

Il suo centro storico si presenta accogliente ed arioso, vestigio di un contesto che è "urbano" fin dall'epoca medioevale; monumenti d'arte e testimonianze diffuse richiamano un passato da "prima donna" che si è mantenuto inalterato nei secoli. La borghesia commerciale che l'ha fatta grande nei secoli ha lasciato una traccia eloquente della sua apertura "ospitale" perfino nella sequenza dei portici che percorrono tutto il centro.

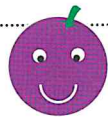
Non è un caso, quindi, che il prosciutto di San Daniele venga proposto tra chiese affrescate, antiche biblioteche, monumenti nazionali e ville venete. È questo il "suo" ambiente, dove una tradizione secolare ed esclusiva promana da un colle che rappresenta contemporaneamente il confine estremo della Pianura Padana e la prima avvisaglia delle Prealpi Carniche.

Crocevia di traffici e di culture fin dall'epoca romana, San Daniele respira sia attraverso la storia che si decifra dal tessuto urbano, sia attraverso la disponibilità al nuovo che la rende permeabile e facilmente internazionalizzabile all'insegna delle due categorie universali del bello e del buono.

Gruppo ritratto in un momento di pausa durante una "sagra del prosciutto" negli anni '50, accanto alla affettatrice, strumento insostituibile anche quarant'anni dopo (anzi: ad ARIA DI FESTA le affettatrici ufficiali sono più di duecento).

Maria Grazia Cucinotta, madrina d'eccezione di ARIA DI FESTA, e Manuela Di Centa, "testimonial" dei prodotti 100% FRIULI, all'inaugurazione della passata edizione.

Forse per questo piace: perché vi si sentono "di casa" sia il bavarese che il toscano, sia il raffinato uomo di cultura che il buongustaio – spesso felicemente coincidenti – sia il turista meno blasonato ma non meno attento, se arriva con una meta precisa e al momento giusto.
ARIA DI FESTA ha il pregio di trasformare questa insigne cittadina in un gigantesco pic-nic di fine settimana, senza pregiudicare – anzi, semmai enfatizzandolo – un ambiente dove il prosciutto figura come ingrediente e suggello della Storia.

E venne il giorno della qualità

L'edizione 1996, la dodicesima di ARIA DI FESTA, si presenta all'insegna di quella che ormai si può considerare la tradizione.
Nel "Parco" verranno realizzati ben dodici stands di degustazione, sette dei quali ubicati in altrettanti prosciuttifici e gli altri variamente dislocati nell'ambito del centro storico.
Il II° Trofeo Europeo "Liquigas" per mongolfiere farà da leit-motiv spettacolare per l'intera durata della manifestazione, riempiendo i cieli della città con la silenziosa imponenza di queste "aeronavi" coloratissime e provenienti da tutto il continente.
Molte "Aziende Aperte" sono ormai un sicuro riferimento per gli aficionados di ARIA DI FESTA, altre sono nuove: si è rafforzata la presenza di stands nel cuore della zona produttiva per elezione (la spianata a ridosso del Tagliamento, con i prosciuttifici tutti perpendicolari alla corrente d'aria principale nord-sud, che costituisce l'autentico "carburante" per la stagionatura) e se ne sono aperti di nuovi in altre piacevoli località.
100% FRIULI, l'idea promozionale che – grazie al sorriso vincente di Manuela Di Centa – sostiene in Italia e all'estero il meglio dell'agroindustria friulana, sarà ancora ospite di ARIA DI FESTA, nello speciale padiglione dove, in via del tutto eccezionale, alla degustazione del prosciutto di San Daniele sarà possibile aggiungere anche un assaggio di formaggio Montasio, altro antico vanto della storia rurale e produttiva del Friuli.
Mostre, rassegne, manifestazioni filateliche e musicali un po' dovunque, faranno da contorno ai momenti più autenticamente gastronomici, integrati da una grande rassegna di vini friulani, la cui fama progredisce notoriamente su tutti i mercati.
In buona sostanza, ARIA DI FESTA '96 vuole mantenere il suo alto profilo di grande testimonianza: di "qualità della vita", qualità dell'evento, qualità dei luoghi, qualità dei prodotti. Un cocktail di sicuro successo, proposto con stile a un target internazionale sempre più esigente.

Oggi

IN QUESTI PROSCIUTTIFICI

King's Nestlé
San Daniele del Friuli - via Sant'Andrat, 28 Tel 0444/885666 Fax 885525
Levoni spa
San Daniele del Friuli - via Aonedis, 9 Tel 0432/956265 Fax 956613
Brendolan Prosciutti (A&B)
San Daniele del Friuli - via Aonedis, Tel 0432/956485 Fax 956827
Prosciuttificio Morgante spa
San Daniele del Friuli - via Aonedis, Tel 0432/956511 Fax 956737
Principe di San Daniele spa
San Daniele del Friuli - via Venezia, 146 Tel 0432/957093 Fax 941099
Prosciuttificio Picaron snc
San Daniele del Friuli - via Gemona, 1 Tel 0432/940985 Fax 957524
Prosciutti Coradazzi di R. Coradazzi & C. snc
San Daniele del Friuli - via Kennedy, 102 Tel e Fax 0432/957582

QUESTE AZIENDE VINICOLE

Turco Dino
Dolegna del Collio - via Mernicco, 33 Tel 0481/639976
Vignaioli Giavitto
Faedis - via dei Castelli, 60 Tel 0432/728086
Marinig & Cotterli
Prepotto - via Brolo, 42 Tel 0432/713012
Gigi Valle
Buttrio Tel 0432/674289
Colli di Fornalis
Cividale del Friuli - Località Fornalis
Zorzettig Giuseppe
Cividale del Friuli - strada S.Anna, 3 Tel 0432/716156 Fax 716156
Borgo Conventi di Gianni Vescovo
Farra d'Isonzo - strada Colombara, 13 Tel 0481/888004 Fax 888510

NEL CENTRO STORICO

Enoteca Regionale "La Serenissima" Gradisca d'Isonzo - via Battisti, 26 Tel 0481/99528 Fax 0481/99598
Gruppo Viticoltori Corno di Rosazzo Corno di Rosazzo - via Aquileia, 68 Tel 0432/759427 Fax 0432/759427
Viticoltori Friulani La Delizia Casarsa - viale Udine, 24 Tel 0434/869564 Fax 0434/868823
Vigneti Pietro Pittaro Codroipo - via Udine, 67 Tel 0432/904726 Fax 0432/908530

ARIA di FESTA
N. 11
è aperto per una
PROMOZIONALE
museo
del territorio
TARVISIO
ARIA
di
FESTA

Sotto la protezione dell'UE

Il prosciutto di San Daniele non è come il vino: non esistono annate da ricordare o altre da dimenticare, anche se il profilo qualitativo del prodotto si articola sulla base di uno standard che, per quanto elevato, si presenta pur sempre a una forbice.

Il prosciutto del 1996 è ... buono come sempre, ma i presupposti del "certificato di garanzia" costituito dal marchio del Consorzio sono molto più ricchi rispetto al passato, anche se recente.

Ogni lotto di produzione ora viene testato in laboratorio ed esiste una severa "griglia di conformità" rispetto ai parametri più significanti (umidità, sale, grasso, proteine, ecc.); ogni singolo prosciutto reca impresso sulla cotenna un nuovo codice, che identifica sia l'allevamento di origine che il mese di nascita dell'animale; con il timbro apposto dal macello e i marchi apposti dal prosciuttificio, sotto il controllo del consorzio, ogni prosciutto racconta oramai una storia precisa e personalizzata.

Questi aspetti "anagrafici" sono la testimonianza migliore dei requisiti di qualità e, per essi, una garanzia di selezione permanente.

È anche grazie a questi dispositivi, uniti alla storia trentacinquennale del Consorzio e a quella millenaria del prodotto, che l'Unione Europea ha deciso lo scorso giugno di assegnare al prosciutto di San Daniele la propria protezione, riconoscendone la "Dénomination d'Origine Protégée".

UDINE
4/6 OTTOBRE
1996

TIEPOLO ALLA CORTE DI UN "FRIULI DOC"

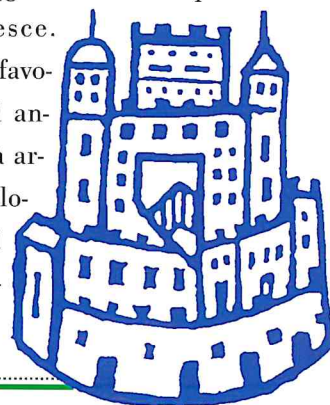
Un vero e proprio festival. Tre giornate piene di eventi, per presentare il meglio che il Friuli sa offrire ai suoi ospiti: arte, musica, delizie della tavola, grandi e piccoli piaceri per "buongustai del turismo". Questo, e altro ancora, andrà in scena a Udine dal 4 al 6 ottobre, per FRIULI DOC '96.

Un piacere sarà scoprire il centro storico di Udine trasformato in isola pedonale, e curiosare nei laboratori dove musicisti, sommeliers, artigiani e cantastorie faranno rivivere le tradizioni locali in tema di "vini, vivande, vicende e vedute", come recita il sottotitolo della manifestazione.

Insomma, il centro storico udinese – che già da solo vale un bel viaggio in Friuli – dal 4 al 6 ottobre diventerà una meta irrinunciabile.

Quest'anno a FRIULI DOC sarà in primo piano il Settecento. Si festeggia infatti il trecentesimo anniversario della nascita di Giambattista Tiepolo, il grande pittore del Settecento europeo che nella città friulana ha realizzato alcuni dei suoi capolavori: si possono ammirare al Museo Diocesano, nella Chiesa della Purità e ai Civici Musei del Castello. Il "gran secolo" farà da filo conduttore nei programmi artistici e musicali della manifestazione, ma anche nella sezione dedicata alla tradizione enogastronomica.

All'insegna delle "Cucine della Memoria", si riscopriranno antiche ricette accompagnate dal principe dei vini friulani, il Picolit, prodotto forse già al tempo dei Romani, ma lanciato in grande stile nel Settecento dal conte friulano Fabio Asquini. Così celebre, il Picolit, da diventare un classico in tutte le corti europee. Insomma, un vino da re e regine, che oggi in tutto il mondo è uno dei biglietti da visita del cosiddetto "Vigneto chiamato Friuli". Al Picolit, nei tre giorni di FRIULI DOC, saranno dedicate mostre, approfondimenti culturali, assaggi guidati da esperti.

Dal Castello arroccato sull'unico colle della città, le cui origini si perdono nella leggenda, la festa scenderà in tutte le strade del centro storico. Un percorso affascinante, alla scoperta dell'arte e del folclore friulano, ma anche del Picolit e di tutti gli altri splendidi vini friulani, del prosciutto di San Daniele, del formaggio Montasio. E poi le grappe, il miele, il pesce. Accanto a bevande e cibi da favola, saranno sotto i riflettori anche i prodotti della creatività artigiana; una creatività tutta locale, che sa trasformare legni e metalli in veri e propri pezzi da collezione.

Il Settecento friulano sarà ricordato in tutti i suoi aspetti con una serie di mostre nel centro storico, dedicate ai tesori d'arte della città come della campagna attorno a Udine, a cominciare dalle Ville nobiliari edificate nel '600 e nel '700, e che oggi costituiscono un interessante itinerario culturale e turistico. Nelle serate, dopo il tour nelle tipiche trattorie del centro udinese – che per l'occasione offriranno ricette friulane a prezzi promozionali – sui palchi delle piazze si farà spazio alla musica, con una serie di concerti all'insegna del trecentesimo anniversario della nascita di Giambattista Tiepolo.

Naturalmente, durante le giornate di FRIULI DOC, sarà possibile visitare le due mostre che in autunno Udine dedicherà al Tiepolo: rimarranno aperte da settembre al gennaio '97, ed esporranno opere di artisti attivi in Friuli nel Settecento, oltre ai disegni del figlio Giandomenico.

Aperti pure tutti i Musei della città, dalla Galleria d'Arte Antica del Castello, a quella d'Arte Moderna con la celebre Collezione Astaldi – un percorso in cui sono inserite alcune delle più significative opere del Novecento italiano – al Museo Diocesano ospitato nel Palazzo patriarcale, dove si può ammirare la celebre Galleria degli Ospiti affrescata dal Tiepolo. Un programma di visite guidate consentirà agli appassionati di scoprire tutti i segreti dei tesori d'arte presenti ad Udine. Lungo le vie della città – all'interno di stand dedicati alle realtà turistiche regionali – sarà possibile conoscere le altre città d'arte friulane, le zone del Friuli più interessanti dal punto di vista ambientale, nonché gli eventi culturali e turistici che si svolgono in regione durante l'anno.

Insomma, a FRIULI DOC, cultura, arte e piaceri della vita saranno un tutt'uno. Gli spettacoli all'aperto non dimenticheranno neppure i bambini. E in piazza Matteotti, a far trattenere a tutti il respiro, ci saranno pure gli specialisti della passeggiata sulla corda sospesa a mezz'aria, una tradizione legata agli spettacoli itineranti che anche in Friuli hanno lasciato una traccia profonda. FRIULI DOC si concluderà nella serata di domenica 6 ottobre, con i fuochi d'artificio sparati dal colle del Castello. Simbolicamente, per tutti, sarà l'arrivederci all'edizione '97 della manifestazione.

Informazioni più dettagliate sugli eventi in programma si possono ottenere telefonando al numero verde dell'Azienda Regionale di Promozione Turistica del Friuli-Venezia Giulia (1670-16044).

SAPORE DI MONTASIO

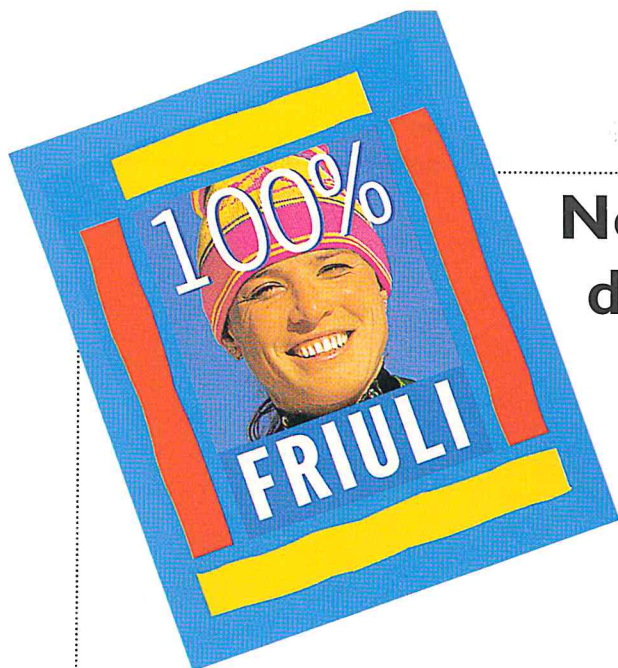
CODROIPO 26/27 OTTOBRE 1996

In un lungo week-end di fine ottobre, Codroipo, da alcuni anni la "capitale del Montasio" per eccellenza, si trasforma. La cittadina sveste i panni consueti, e diventa mostra-mercato.

In decine di punti di degustazione, durante SAPORE DI MONTASIO sarà possibile conoscere a fondo un prodotto oggi sempre più apprezzato, in Italia e all'estero.

Il formaggio Montasio, da poche settimane, può anche fregiarsi della "Denominazione di Origine Protetta" dell'Unione Europea, privilegio riservato alle produzioni agroalimentari di cui siano garantiti la provenienza degli ingredienti, il processo di lavorazione e le fasi di stagionatura.

E il successo del Montasio è confermato anche dalla sempre più elevata richiesta del mercato, tanto che nel '95, in Friuli e nel Veneto orientale, sono state prodotte ben 1 milione 306mila forme, pari a 95mila quintali, con un incremento del 12 per cento rispetto all'anno precedente.

Un formaggio, insomma, che si sta imponendo sulle tavole degli autentici cultori della genuinità. Quegli stessi appassionati potranno conoscere il mondo del Montasio direttamente nella zona di produzione, magari approfittando del fine settimana di SAPORE DI MONTASIO anche per una capatina nella vicina zona delle risorgive sul fiume Stella, uno dei più affascinanti percorsi naturali della regione. O per visitare, sempre a Codroipo, la celebre Villa Manin, residenza dogale definita da Napoleone Bonaparte in persona "troppo sfarzosa persino per un Imperatore".

Nel segno di Manu

Le sue medaglie alle Olimpiadi di Lillehammer sono entrate nella storia dello sci. Manuela Di Centa, friulana di Paluzza, testimonia che i risultati non si improvvisano. Arrivano solo dopo un lavoro duro, fatto di serietà e di coerenza. Nello sport come nel lavoro di tanti uomini che, in Friuli-Venezia Giulia, danno il meglio di se stessi per continuare una tradizione e portare i prodotti agroalimentari di questa terra ai vertici dell'eccellenza.

Per questo Manuela Di Centa garantisce i prodotti 100% FRIULI: formaggi, prosciutti e vini fatti con la stessa volontà e con la stessa passione con cui "Manu" ha costruito le sue vittorie.

Negli eventi che promuovono i prodotti 100% FRIULI, "Manu" è in prima fila. A San Daniele, dove ormai per tradizione è lei ad aprire la settimana dedicata al prosciutto, e quindi a Codroipo per SAPORE DI MONTASIO.

Quest'anno Manuela Di Centa è anche intervenuta al Premio Bepi Tosolini "per la qualità della vita", assegnato dai fratelli Tosolini – che a Udine gestiscono con successo la distilleria Camel fondata dal padre Bepi – a personalità di merito riconosciuto nel campo sociale, ivi comprese le associazioni. Quest'anno, infatti, il premio è andato all'Associazione Nazionale Alpini. La manifestazione si è svolta a Povoletto, nelle giornate che hanno preceduto il grande raduno nazionale degli Alpini che a Udine – esattamente a vent'anni dal terremoto del maggio '76 – hanno potuto ricevere il grazie dei friulani per il loro provvidenziale intervento sia durante i soccorsi che nella successiva ricostruzione.

ERSA
Servizio della Vitivinicoltura
«Casa del Vino»
Via Poscolle, 6 - 33100 UDINE
Telefoni: 0432/297068/509394/506097
Fax: 0432/510180

Consorzio DOC
Aquileia del Friuli
Via Carso, 1 - Scodovacca
33052 Cervignano
Tel. 0431/34010

Consorzio DOC
Carso
CCIAA - Piazza della Borsa
34123 Trieste
Tel. 040/200761

Consorzio DOC
Collio
Via Sauro, 9
34071 Cormons
Tel. 0481/630303

Consorzio DOC
Colli Orientali del Friuli
Via Candotti, 1
33043 Cividale del Friuli
Tel. 0432/730129

Consorzio DOC
Friuli - Grave
Via Oberdan, 26
33170 Pordenone
Tel. 0434/523654

Consorzio DOC
Friuli - Latisana
Via Poscolle, 6
33100 Udine
Tel. 0432/506097

Consorzio DOC
Isonzo
Via Sauro, 9
34071 Cormons
Tel. 0481/61833

Consorzio del
Prosciutto di San Daniele
Via Andreuzzi, 8
San Daniele del Friuli
Tel. 0432/957515
Fax 0432/940187

Consorzio per la tutela
del Formaggio Montasio
Strada Statale Napoleonica
33030 Rivolto di Codroipo
Tel. 0432/905317

Consorzio per la tutela
della Grappa Friulana
Via Poscolle, 6
33100 Udine
Tel. 0432/509394

Consorzio per la tutela
del Marchio Gubana
c/o Unione Artigiani del Friuli
Viale Libertà, 50
Cividale del Friuli
Tel. 0432/731091